

AI 曝光自檢表

自己檢查：有人拿你這一行去問 ChatGPT、Perplexity 這類 AI，AI 抓不抓得到你

AI 回答時引用的來源，多數是「別人怎麼寫你」與「誰把那一題答得最清楚」這兩種。所以自檢的順序從第三方語料與知識型內容開始——它們才是真正拉得動能見度的地方；官網可讀性是門檻，過了就好。這份表照施力由大到小排列。四個區塊，二十個可自己動手驗的檢查項，勾完就知道自己卡在哪一關。

› 第 0 關 門檻：爬蟲讀不讀得到你

› 第 1 區 第三方語料（施力最大）

› 第 2 區 知識型內容

› 第 3 區 官網自述（施力最小）

官網 ai.her-yow.com | 官方 LINE @136okqrd

⚠ 先說清楚兩件事

1. **AI 會不會推薦你，由各該平台決定。**這件事目前業界沒有官方排名榜，也沒有可申請的收錄窗口。能做的是把可控的項目做對，然後**定期用同一組問題複測**，看答案怎麼變。
2. **這份表裡的每一個數字，都是我方對自家資產實際量到的原值。**量測範圍以外的項目，我方一律標示「未量測」。

第 0 關

門檻：AI 的爬蟲，讀不讀得到你的頁面

這一關是門檻不是槓桿——做到就好，做再多也不會變成優勢；但沒做到，後面三區全部白費。

□ 1. 你的 `robots.txt` 有沒有擋掉 AI 爬蟲？

直接在瀏覽器打開 `你的網域/robots.txt`，用 Ctrl+F 找這些名字：`GPTBot`、`OAI-SearchBot`、`ChatGPT-User`、`ClaudeBot`、`Claude-SearchBot`、`PerplexityBot`、`Google-Extended`、`Applebot-Extended`、`meta-externalagent`、`CCBot`。

看到 `Disallow: /` 掛在這些名字底下，就是你自己把門關上了。很多網站是架站工具預設擋掉，站主根本不知道。

✦ 我方自家站的實測值：具名 AI 爬蟲 20 組全部 `Allow: /`、`Disallow` 0 筆。

□ 2. 打得開 `你的網域/sitemap.xml` 嗎？裡面的網址逐一點開都是 200 嗎？

□ 3. 每一頁的 `canonical` 和 `sitemap` 裡的網址，是不是逐字相同（含尾斜線）？

不一致等於同一頁有兩個身分，抽取的一方不知道要信哪一個。

✦ 我方實測：11 個頁面 11/11 逐字一致。

□ 4. 有沒有 `llms.txt`？裡面列的頁面和 `sitemap` 對不對得起來？

這不是規定，是給語言模型看的一份目錄。有做，就順手把兩邊對齊。

✦ 我方實測：`llms.txt` 的頁面網址與 `sitemap` 雙向完全相同。

□ 5. 你的結構化資料（JSON-LD）解析得動嗎？

貼進任何一個結構化資料測試工具跑一次，看有沒有語法錯誤。

✦ 我方實測：全站 39 段 JSON-LD，解析 0 錯誤。

⚠ 掛之前先確認填得出正確資料：我方實際掛出的就是上面那 39 段；另外兩個常見的商家型結構化資料要求填寫地址，而我方要填哪一個地址仍待確認，因此留到確認得了再掛——硬掛就是錯誤資料。掛得少但每一型都對，勝過多掛一型錯的。

第 1 區 | 施力最大

第三方語料——別人的網站上怎麼寫你

AI 引用第三方描述的權重，高於你自己網站上的自述。這一區花的力氣，回收比後面兩區都高。

□ 6. 把你的公司全名貼進 AI，問「這是什麼公司？」——它答對了嗎？

答錯、答不出來、或跟另一家名字相近的公司搞混，就是消歧義沒做。

□ 7. 你的名字在不同地方，是不是同一個寫法？

全名、簡稱、英文名、舊名——官網、社群、影音頻道、目錄網站、名片上如果各寫各的，AI 沒有辦法把它們合併成同一個實體。

✦ 我方做法：全公司統一用全名「和曜國際數位行銷」，短版舊名列為禁語，並在對外目錄裡放一句與名字相近公司的消歧義句。

□ 8. 你的服務地區、營業項目，在每一個對外據點寫的是同一件事嗎？

✦ 我方在自家盤點時就抓到一組不一致：服務地區在部分素材上的寫法比實際範圍窄，實際是全台灣。修正時可見文字、結構化資料與影音標籤三處一起改；三處同時改，語料才會一致。

□ 9. 你被收錄在幾個第三方目錄／平台上？那些頁面上的資訊是最新的嗎？

□ 10. 有沒有第三方寫過你？（媒體、合作方、產業名單、公開的案例頁）

● 誠實提醒：這一項我方自己也是弱項——本站可公開引用的實績範圍，就是我方自營的站台與頻道，能給的是自家資產的實際做法與數據。查得到出處才寫，編出來的語料一旦被抓進去，錯的會跟著複製。

第 2 區 | 次之

知識型內容——那一題，是不是你答得最清楚

AI 抽取答案時偏好「把問題直接答完」的段落。缺點、陷阱、費用怎麼算、A 和 B 差在哪——這幾類問句是最常被引用的知識型語料。

□ 11. 你的頁面是「一頁一題」，還是一頁塞了十件事？

一頁一題才抽得出來。

□ 12. 標題是不是客人真的會打出來的那句話？

「服務項目介紹」不是問句。「石膏磚一坪多少錢？」是。

□ 13. 第一段有沒有直接把答案講完？

不要先鋪三段免責再回答——AI 抽的是第一段。免責移到後面去。

✦ 我方自家標準：第一段 40–80 字直接給結論。九個頁面實測落在這個區間（最短 45 字、最長 76 字）。

□ 14. 有沒有一段固定寫「常見的 3 個誤區」？

每個誤區＝誤區句＋為什麼錯＋正確做法。這種段落結構最好抽。

□ 15. 有沒有掛 FAQ 結構化資料？問句是不是客人的原話？

✦ 我方實測：首頁 FAQ 6 題，且結構化資料裡的問答與畫面上看得到的文字逐句一致。

⚠ 兩邊不一致是常見錯誤，等於自己餵矛盾資料。

□ 16. 你的影音內容，說明欄有沒有寫成「人話」？

● 這一格是我方盤點時最大的發現：說明欄是禁語與舊資訊殘留最多的地方，因為沒有人會回頭看它。

✦ 我方實測：影音資產原本記載 49 支，實查是 75 支——差的 26 支是這一輪才首度進入優化名單。這一輪重寫了 60 支的說明欄，另外更新 2 個頻道的說明欄。

⇒ 沒有清單就沒有覆蓋率可言。先盤點再動工，不然力氣只會花在已知的那一半上。

□ 17. 你的內容裡，有沒有寫得出「我方的服務範圍到哪裡、哪些事由平台或各該專業人士決定、哪些題目查不到出處」？

敢講邊界的內容，比全是優點的內容更容易被當成可引用的答案。

第 3 區 | 施力最小

官網自述——你自己怎麼介紹自己

這一區是基本功，不是槓桿。全部做滿，也只是讓 AI 不會誤讀你；要被引用，還是得回頭做第 1、2 區。

□ 18. 每一頁的 title 是不是各自獨立、不重複？

✦ 我方實測：11/11 獨立。

□ 19. 每一頁是不是只有一個 H1？

✦ 我方實測：11/11 各一個。

□ 20. 全站有沒有殘留的舊公司名、舊服務地區、舊聯絡方式？

用站內搜尋或整站抓一次，逐字找。

✦ 我方自家清理量：程式碼 47 行、資料庫 91 列的用語一併改（改之前先建可回滾的備份）。

勾完了，怎麼知道有沒有效？

沒有量測就不算優化。這條規則我方對自己一樣適用。

□ 你的網站接上搜尋主控台了嗎？

✦ 我方誠實的現況：名下五個網站，目前三個已接上資料源，其餘兩個待授權補齊後接上——其中一個就是我方自己的行銷官網。成效數字一律以已接上資料源的站台原值為準。

□ 你有一組固定的問題，每個月拿去問同一批 AI 嗎？

GEO 沒有官方排名榜，唯一能量的是自己定期複測：固定一組問題、固定間隔、把答案原文留存下來比對。

✦ 我方做法：固定 10 題、每月複測一次。

□ 你分得清「已經改了」和「已經有效」嗎？

✦ 我方把自家行銷官網最近一段期間的搜尋成效原值放在這裡，數字照原值呈現：點擊 0、曝光 12、平均排序 4.8，熱門查詢因為樣本太少被系統匿名。

改動已經完成，成效的量測數字目前就停在上面那一組原值。這才是這個階段真實的樣子——收錄的時程由各該平台決定；有人給你時程承諾時，請他把量測資料拿出來。

誠實邊界

- 這份自檢表列的是**可控項目**。AI 是否推薦你、什麼時候推薦你，由各該平台決定；我方承諾的是可查驗的產出與可複測的量測方法。
- 表中所有數字，量測範圍都限於我方自家資產的實際原值。你的站做完會量到什麼，要由你自己的資料源回讀。

- **本站可公開引用的實績範圍，就是我方自營的站台與頻道：**能給你看的是自家站台的實際做法與可截圖的數據。
- **我方提供的是：**可查驗的產出、可複測的量測方法，以及先在自家資產上跑過的做法。

勾完之後

【行動】自檢表裡有勾不下去的項目，加官方 LINE 直接跟我們說是哪幾項。我們會先看兩件事——你的站現在被搜尋引擎怎麼收錄、AI 讀不讀得到——看完把結果截圖給你，數字照原值呈現。排名與成效由各該平台決定，我方給的是做法跟看得到的實際數據。

加官方 LINE：@136okqrd

【延伸閱讀】我方 17 個對外據點做一輪 SEO 與 GEO 的完整紀錄（含每一項改了幾筆、哪一段還量不到）：

ai.her-yow.com/insights/seo-geo-17-outposts-one-pass

聯絡方式與六項服務說明：ai.her-yow.com/contact

和曜國際數位行銷

#AI曝光

#AI搜尋能見度

#GEO

#生成式引擎優化

#SEO優化

#結構化資料

#網站健檢

#內容盤點

#搜尋主控台

#成效量測

#數位行銷

#和曜國際數位行銷